**5 лекция. Ақпараттық материалдар режиссурасының заңдары.**

Тележаңалықтардың шығарылымы сөздердің, бейненің және дыбыстың керемет қорытылуы. Кей мағынада – жасалуы үшін кәдімгі кәсіби дағдыдан гөрі көбірек нәрсені қажет ететін өнердің туындысы.

Кейде телеэкранда жылт етіп көрінетін бейнедрамалық мәтіндік сүйемелдеуді қажет етеді. Басқа жағдайда нағыз «голливудтық» сценарийді жарыққа шығаруды білу керек болатын шығар. Өз-өзінен қызылтілді сценалар да болады, ол кезде мәтіндік түсініктің болмауы материалдың пайдасына шешіледі.

Әрине, эфирге арналған мәтін жаппай аудиторияның талабына жауап беруі керек, яғни қысқа сөйлемдер, таныс сөздер, сөйлем құрылымының анықтығы. Бұдан басқа көзбен шолып көрсетуден гөрі мәтіндік жағы көп нәрсені беруі керек. Бұл бөлігі жақсы ән мәтінінің оның әуеніне сай келетіндей «сәйкес» болуы керек.

Сонымен қатар техникалық талап та болады. Газет мақаласынан айырмашылығы эфирге арналған ақпараттық материалдар (жүргізушінің түсінігінен басқа) осы шақта жазылады. Стиль барынша «жеке» болуы керек. Ең маңыздысы – уақыт факторы. Материалдарды телесюжетке бөлінген уақытқа сиятындай етіп жазу керек. 170-180 сөзден тұратын, компьютерде басылған бір бет мәтін бір минутта оқылуға есептелуі керек.

Газет және басқа журналистік процедурадан айырмашылық бар. Дереккөзге сілтеме, мысалы эфирлік жаңалықтарда газет мақаласындағыдай соңында емес, сөйлемнің басында келтіріледі.

Теледидардағы ақпараттық публицистика жанрларының негізгі белгiлері. Ақпараттық сюжеттердің әр түрлілігі. Дәстүрлі белгі үшін дағдылы монтаждық парақ. Сценарийлi жоспар және авторлық белгінің бейнелеу шешімі. Есеп көрсету үшін материалдарды таңдау белгiлері. Ресми шараларды тікелей хабар арқылы жүргiзудегі монтаждың заңдары. Сөз сөйлеу – аудиторияны ақпараттандыруда теледидардағы материалдарды тиімдірек жасаушы «бірінші жақтан», «шешеннің» сапасы сияқты құрал. Көрермендер қатары мен ауызша сөз сөйлеудің байланысы.